

# **Trabalho de Conclusão de Curso**

**Pesquisa de Mercado de trabalho odontológico em  
Timbó – Santa Catarina**

**Christopher Johann Voigt**



**Universidade Federal de Santa Catarina  
Curso de Graduação em Odontologia**

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS DA SAÚDE**

Christopher Johann Voigt

**PESQUISA DE MERCADO DE TRABALHO ODONTOLÓGICO**  
**EM TIMBÓ – SANTA CATARINA**

Trabalho apresentado à Universidade Federal de Santa  
Catarina, como requisito para a conclusão do Curso de  
Graduação em Odontologia  
Orientador: Profª Dra. Dayane Machado Ribeiro

Florianópolis  
2016

Christopher Johann Voigt

**PESQUISA DE MERCADO DE TRABALHO ODONTOLÓGICO EM  
TIMBÓ – SANTA CATARINA**

Este Trabalho de Conclusão de Curso foi julgado, adequado para obtenção do título de cirurgião-dentista e aprovado em sua forma final pelo Departamento de Odontologia da Universidade Federal de Santa Catarina.

Florianópolis, 19 de Outubro de 2016.

Banca Examinadora:

---

Prof.<sup>a</sup> Dr.<sup>a</sup> Dayane Machado Ribeiro,  
Orientadora

Universidade Federal de Santa Catarina

---

Prof. Dr. Cláudio José Amante  
Universidade Federal de Santa Catarina

---

Prof. Dr. Gerson Luiz Ulema Ribeiro  
Universidade Federal de Santa Catarina

---

Prof. Dr. Alfredo Meyer Filho  
Universidade Federal de Santa Catarina



Dedico este trabalho à minha família que sempre foi o alicerce de meus caminhos.



## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a Deus pelo bem mais precioso que possuo, a vida. Agradeço pelos bons e maus momentos, pelos acertos e erros, pois foram todos eles que me tornaram e tornam uma pessoa melhor. Agradeço por me prover sempre a chance de trilhar novos caminhos, o que torna a vida não um caminho retilíneo e monótono, mas sim uma estrada instigante e cheia de novas descobertas. Obrigado por tudo que tens feito por mim.

A professora e orientadora Dayane Machado Ribeiro, pela confiança depositada em mim e pela disposição e entusiasmo em abordar temas que muitas vezes são pouco vistos em nossa graduação, e que nos fazem tanta falta.

Aos meus pais, avós, pelos sólidos valores de família que me passaram, agradeço pela educação que vocês me deram, pelo carinho e apoio que tiveram por mim durante toda minha vida, vocês sempre serão meu porto seguro.

A minha irmã Karina, pelo sentimento único de companheirismo que sempre nos acompanhou.





“Quando novas informações surgem e as circunstâncias mudam já não é possível solucionar os problemas com as soluções de ontem.”

Roger Von Oech



## RESUMO

**Objetivo:** Conhecer o mercado de trabalho odontológico na cidade de Timbó em Santa Catarina. Levantar as características demográficas, mercadológicas e económicas. Descrever a relação cirurgião-dentista/habitante em comparação com a proporção tida como a ideal pela Organização Mundial de Saúde (1:1.500) e conhecer a distribuição de cirurgiões-dentistas quanto especialidade. **Materiais e métodos:** Foram coletados e analisados dados do Conselho Federal de Odontologia (CFO) e do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). **Resultados:** O município apresenta crescimento populacional, bons índices económicos e mercadológicos. Uma menor proporção entre habitantes por cirurgião-dentista (1/549) que o recomendado pela Organização Mundial de Saúde. Concentrando mais especialistas nas áreas de ortodontia e implantodontia. **Conclusão:** Apesar da saturação do mercado odontológico, Timbó economicamente mostra-se um município favorável para empreendedores.

**Palavras chave:** Mercado de Trabalho. Odontologia. Timbó.

## ABSTRACT

**Objective:** Evaluate the odontology job market in the city of Timbó in Santa Catarina. Evaluate the demographic, economic and market characteristics. Describe the dentist / inhabitant ratio compared to the proportion considered the ideal by the World Health Organization (1: 1,500) and know the distribution of dentists as specialty. **Materials and methods:** Data was collected from the Brazilian National Council of Odontology (CFO), Brazilian National Institute of Geography and Statistics (IBGE) and the Support Service for Micro and Small Enterprises (SEBRAE). **Results:** The city has population growth, good economic and market indices. A smaller proportion dentist / inhabitant (1/549) than recommended by the World Health Organization. Concentrating more specialists in orthodontics and implantology. **Conclusion:** Despite the saturation of the dental market, Timbó economically, is one favorable city for entrepreneurs.

**Keywords:** Job Market. Odontology. Timbó.



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Gráfico: População total de Timbó, no Período de 1980 a 2010. Fonte: IBGE, Diretoria de Estatística, Geografia e Cartografia, 2010.	35
Figura 2 – Gráfico: Taxa de crescimento médio anual da população, segundo Timbó, Região do Vale do Itajaí, Santa Catarina e Brasil, no período de 2000 a 2010. Fonte: Resultados elaborados pelo SEBRAE/SC com base em dados do IBGE - apoiados nos Censos Demográficos, 2000 e 2010.	35
Figura 3 – Gráfico: Evolução da distribuição relativa por faixa etária da população em Timbó, em 2000 e 2010. Fonte: Resultados elaborados pelo SEBRAE/SC com base em dados do IBGE, 2000 e 2010.	36
Figura 4 – Gráfico: Potencial de consumo por classe econômica, em Timbó em 2010. Fonte: Resultados elaborados pelo SEBRAE/SC com base em dados do IPC-MAPS, 2010.	38
Figura 5 – Gráfico: Consumo per capita R\$/ano, em Timbó, Região do Vale do Itajaí, Santa Catarina e Brasil, em 2010. Fonte: Resultados elaborados pelo SEBRAE/SC com base em dados do IPC-MAPS, 2010.	38
Figura 6 – Gráfico: Número de empresas e empregos formais de Timbó, segundo setor, em 2011. Fonte: Resultados elaborados pelo SEBRAE/SC com base em dados do MTE.	39



## Lista de Tabelas

Tabela 1 - Participação relativa da população residente por localização do domicílio e gênero, em Timbó, no período 1980 a 2010. Fonte: IBGE, Diretoria de Estatística, Geografia e Cartografia, 2010.	36
Tabela 2 - Número de domicílios urbanos por classe econômica em Timbó e Santa Catarina, em 2011. Fonte: Resultados elaborados pelo SEBRAE/SC com base em dados do IPC-MAPS, 2011.	37
Tabela 3 - Rendimento Familiar Médio em Timbó, na Região do Vale do Itajaí e posição do Município no Estado, em 2000 e 2010. Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 2010.	39
Tabela 4 – Distribuição de cirurgiões-dentistas por especialidade. Fonte: Conselho Federal de Odontologia 2016.	41





## SUMÁRIO

<b>1. Introdução</b>	<b>19</b>
<b>2. Revisão de Literatura</b>	<b>20</b>
<b>2.1 A Odontologia</b>	<b>20</b>
<b>2.2 Pesquisa de Mercado</b>	<b>23</b>
<b>2.3 Timbó</b>	<b>26</b>
<b>3. Objetivos</b>	<b>28</b>
<b>3.1 Objetivo Geral</b>	<b>28</b>
<b>3.2 Objetivos Específicos</b>	<b>28</b>
<b>4. Metodologia</b>	<b>29</b>
<b>5. Artigo</b>	<b>30</b>
<b>6. Referências Bibliográficas</b>	<b>44</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O mercado odontológico está saturado e competitivo. Observa-se a intensificação de uma crise sem precedentes, impulsionada por um misto de fatores, como a proliferação de novos cursos, as próprias leis de oferta e procura do mercado, associada a desvalorização da profissão fora e dentro da própria classe (FEUERWERKER, 2003).

Com a atual conjuntura de mercado, para o cirurgião-dentista conquistar sucesso profissional, dominar o aspecto técnico-científico já não é o suficiente. De acordo com Serra et al. (2005), conhecimentos de administração e a utilização adequada das ferramentas de marketing tornam-se fundamentais. Reconhecer a importância e saber aplicar essas ferramentas, pode representar um diferencial de mercado.

O campo de atuação para o cirurgião-dentista é bastante amplo e pode variar de acordo com as características locais (MALHEIROS, 2015). Segundo Malhotra (2001), a pesquisa de mercado, quando realizada de forma objetiva, nos permite o reconhecimento de tendências econômicas, abrangendo aspectos sociais e culturais, sinalizando problemas ou oportunidades subjacentes. Podendo influir decisivamente no sucesso de um empreendimento.

A pesquisa de mercado deve ser entendida como um meio para obter informações e consequentemente dar base a decisões de uma empresa ou futura empresa. A mesma deve ser feita para verificar a validade e a viabilidade de uma hipótese ou responder questões-chave do negócio (MATTA, 1995). Conforme Aguiar (1998), essas informações quando abordadas corretamente oferecem dados consistentes, que somados à experiência e ao sentimento do empreendedor tornam o processo decisório mais rico e preciso.

Existe uma preocupação por parte dos acadêmicos e recém formados, quanto ao mercado de trabalho: escolha da especialização, local para a instalação do consultório, no entanto as informações para os interessados sobre o assunto, são geralmente escassas ou até inexistentes, havendo assim uma necessidade de estudos mais aprofundados sobre o tema (LARA; PEREIRA, 1998).

Nesse sentido, o presente trabalho objetiva levantar a realidade do mercado de trabalho odontológico na cidade de Timbó em Santa Catarina, considerando os aspectos demográficos, mercadológicos e econômicos municipais, além de avaliar o perfil dos profissionais. As informações levantadas e articuladas, sintetizam várias bases de dados. Sendo extraídas de fontes fidedignas e de acesso público junto aos órgãos especializados.

## **2 REVISÃO DE LITERATURA**

### **2.1 A ODONTOLOGIA;**

O curso de odontologia foi instituído no Brasil em 25 de outubro de 1884, junto ao curso de medicina, nos estados do Rio de Janeiro e Bahia, por meio do decreto nº9311 (MENEZES, 2001).

Entre os anos 1930 e os anos 1970, acompanhando a tendência de desenvolvimento capitalista nacional, a odontologia vivenciou uma proliferação crescente de eventos científicos, a formação de uma poderosa indústria de insumos e medicamentos odontológicos. Concomitantemente houve a sedimentação do tecnicismo na Odontologia (ZANETTI, 1993).

A mesma experimentou neste período, sua era de consolidação como profissão, com a categoria enfatizando a esfera privada, concebendo o exercício clínico liberal como espaço privilegiado para a organização de suas práticas. Com isso pode-se afirmar que a história da profissão sempre foi relacionada com lógica da mercadoria, em outras palavras, todas as ações e medidas são transformadas em serviços passíveis de compra e venda no mercado. Diante dessa realidade, criaram-se mecanismos de concorrência na busca de se equacionar oferta mediante a procura (ZANETTI; LIMA, 1996).

Assim sendo, o ensino da Odontologia, caracterizava-se pela abordagem tecnicista e organicista, que supervaloriza o aspecto individual sobre o coletivo, a especialização sobre a abordagem clínica generalista, e a mercantilização do ato odontológico (CAPRA, 1982).

A partir do ano de 2002, teve início uma mudança de paradigma na abordagem do ensino, como resposta a situação encontrada dentro da odontologia. Em consonância com a nova Diretriz Curricular Nacional para o curso de odontologia, houve o intuito de mudar o perfil dos novos profissionais, através de um processo educativo, onde se considera a integração curricular, como estratégia para a formação de um profissional generalista, que seja capaz de atuar em todos os níveis de atenção à saúde, com base no rigor técnico e científico. Além do desenvolvimento da capacidade de liderança, gerenciamento e comunicação. Essas diretrizes apontam ainda, a humanização da educação em Odontologia, como um dos aspectos fundamentais para a formação profissional e para a cidadania. Essa reorientação do ensino busca contextualizar o aluno com os reais problemas sociais brasileiros (MINISTÉRIO DA EDUCAÇÃO, 2002).

Contudo, os profissionais continuam demonstrar falta de preparo para a realidade do mercado de trabalho atual, mostrando não possuir conhecimento nem domínio de conteúdos de administração, e esta pouca visão administrativa, à medida que dificuldades surgem na vida profissional, resultam por vezes, em desistência da própria carreira. (PARANHOS et al., 2009). Observa-se que poucos dentistas dedicam tempo suficiente para planejar, muitos nem possuem objetivos práticos definidos, e como resultado não possuem base para gerenciar (SERRA et al., 2005).

Foi dentro do modelo de atenção odontológico-privatista, que a odontologia no Brasil, viu intensificar nas últimas décadas, uma crise de mercado sem precedentes, impulsionada por um misto de fatores, destacando-se, as próprias leis de oferta e procura do mercado, a desvalorização da profissão fora e dentro da própria classe, e a proliferação vertiginosa de novos cursos (FEUERWERKER, 2003).

Nos últimos 30 anos, ocorreu um considerável aumento no número de escolas, sendo que no ano de 2015, atingiu-se o número de 220 cursos existentes no Brasil, de acordo com o Conselho Federal de Odontologia (CFO, 2015). Em média estes cursos formam anualmente cerca de 9000 novos cirurgiões dentistas (CENSO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR, 2008). Totalizando 269.526 cirurgiões-dentistas em 2015 (CFO, 2015).

O Brasil concentra aproximadamente 20% dos dentistas do mundo, isto faz com que a proporção média de população por profissional esteja entre as menores do mundo, sendo 1 cirurgião-dentista para 838 habitantes, enquanto que a média mundial é de 1 cirurgião-dentista para 62.595 habitantes (MORITA, 2010).

Porém existem importantes disparidades regionais, destaca-se que, três quartos dos dentistas estão concentrados nas regiões Sul e Sudeste do país. Essa distribuição encontra grande semelhança com a distribuição da participação percentual das grandes regiões no PIB e preço médio de mercado (MORITA, 2010).

Na região sul, o município de Joaçaba detém a menor proporção média de população por profissional, com 224 habitantes por cirurgião-dentista. Valor esse, não muito distante da capital do estado de Santa Catarina, Florianópolis, com 237 habitantes por cirurgião-dentista. Enquanto que Capão do Leão, no Rio Grande do sul, possui a maior proporção, com 23.655 habitantes por cirurgião-dentista (MORITA, 2010).

Assim, os movimentos concorrenciais, culminaram na diferenciação profissional e comercial, dada através da especialização em determinada área da odontologia. Tais mecanismos mostraram-se positivos, até então, já que enfatizaram a busca contínua pelo

conhecimento, proporcionando ao profissional uma oportunidade de reciclagem contínua (FERREIRA et al., 2013).

Com o passar do tempo, atrelado ao contínuo aumento de profissionais no mercado, o valor máximo, também passou a ser algo impossível de ser praticado. Foi quando teve início, um novo mecanismo de diferenciação profissional com estratégias concorrenciais negativas para a classe profissional, praticando valores mínimos dos serviços prestados, aceitando os valores ínfimos pagos por convênios, em de um mercado caótico (LIMA; MACIEL, 2007).

Assim, a disputa e a seletividade se transformaram em fatores presentes na vida do profissional, exigindo que o cirurgião-dentista, cada vez mais, torne-se um empreendedor e diligente, possuindo além de qualidades técnicas e científicas competências administrativas (SORIA et al., 2002).

Quanto aos estudantes, futuros profissionais, faz-se necessário que os mesmos desenvolvam consciência crítica acerca da profissão e do mercado de trabalho no qual em breve irão se inserir, e adotem uma nova postura mediante ao mercado de trabalho (FERREIRA et al., 2013).

Pode-se assim afirmar, que ferramentas administrativas como a pesquisa de mercado, tratam-se de mecanismos de diferenciação, permitindo o profissional conhecer as características de um dado local, por conseguinte, potencializar as chances de sucesso profissional (PARANHOS et al., 2009).

## 2.2 PESQUISA DE MERCADO;

Para Adler (1971), a pesquisa de mercado se serve de método científico, objetivando descobrir o comportamento e as opiniões humanas. A mesma, mostra-se uma ferramenta indispensável, uma vez que ela responde perguntas essenciais para o sucesso de qualquer empreendimento, quer seja a abertura de novos mercados, a criação de um novo serviço, a previsão de vendas de um produto ou a reação dos consumidores aos detalhes de qualquer utilidade. A pesquisa de mercado destina-se sobretudo ao empreendedor, ajudando-o a compreender, controlar e analisar corretamente os resultados de uma pesquisa, fornecendo diretrizes e soluções para os problemas econômicos envolvidos.

Além do reconhecimento de tendências econômicas, a pesquisa de mercado também abrange aspectos sociais e culturais, como mudanças no comportamento dos consumidores, sinaliza problemas ou oportunidades subjacentes (MALHOTRA, 2001).

Pesquisa de mercado é a identificação, coleta, análise e disseminação de informações de forma sistemática e objetiva, assim, torna-se necessário um planejamento em todos os estágios do processo de pesquisa. Podemos destacar alguns aspectos desta definição. Em primeiro lugar temos que a pesquisa de mercado é sistemática, dessa forma se concebe a pesquisa de mercado, como um processo constituído de seis etapas (MALHOTRA, 2001):

1. Formulação do problema de pesquisa;
2. Desenvolvimento de uma abordagem do problema;
3. Formulação da concepção de pesquisa;
4. Trabalho de campo ou coleta de dados;
5. Preparação e análise dos dados;
6. Elaboração e apresentação do relatório.

O segundo aspecto da definição está na objetividade, pois a mesma, deve fornecer informações precisas que reflitam uma situação verdadeira, sendo executada de forma imparcial. Ou seja, o estudo deve procurar ser isento de inclinações pessoais ou políticas para não influenciar em seus resultados (MALHOTRA, 2001).

Diversos são os fatores que provocam a necessidade de informações detalhadas e precisas, com destaque para intensificação da concorrência. Salienta-se também o aumento da exigência e sofisticação dos consumidores, levando os gestores a buscarem informações mais completas a respeito de como seus clientes irão reagir a produtos disponíveis no mercado. Além do mais, como o ambiente se transforma rapidamente, necessitamos de informações

sempre atualizadas. A tarefa da pesquisa de mercado é avaliar as necessidades, fornecendo informações relevantes, precisas, confiáveis, válidas e atuais. Não se deve mais tomar decisões somente baseadas em nossos instintos ou intuições. A ausência de informações corretas pode resultar em condutas equivocadas (ZAMBERLAN, 2008).

Conforme Mattar (1995) a pesquisa de mercado deve ser entendida como um “meio” para obter informações e consequentemente dar base a decisões de uma empresa ou futura empresa. A mesma, deve ser feita para verificar a validade e a viabilidade de uma hipótese ou responder questões-chave do negócio. Segundo Aguiar (1998) Essas informações quando abordadas corretamente, oferecem dados consistentes, que, somados à experiência e ao sentimento do empreendedor, tornam o processo decisório mais rico e preciso.

Para Kotler (1998) a pesquisa trata-se de um ponto inicial, sem ela uma empresa entra no mercado às cegas. Porém deve-se compreender que, a pesquisa de mercado sozinha não é suficiente para avaliar a viabilidade de um negócio, ela avalia a viabilidade de uma hipótese e oferece informações sobre o mercado, o instrumento completo de análise de viabilidade é o plano de negócios, que necessariamente contém uma pesquisa.

De acordo com Kühnen (2011), em um questionário realizado com 138 cirurgiões-dentistas, cadastrados no CRO em Florianópolis – SC, observou-se que em sua maioria, 87,8% dos cirurgiões-dentistas, não realizaram Pesquisa de Mercado previamente à escolha do local para a instalação de sua clínica. Os que fizeram algum tipo de Pesquisa de Mercado representavam somente 12,2%. Apenas um elaborou Planejamento Estratégico e dois realizaram consultoria através do SEBRAE antes da abertura de suas clínicas. As consultorias do SEBRAE envolvem estudos de viabilidade, planos de negócio, gestão financeira, marketing, inovação e tecnologia, além de diagnósticos para situações específicas (SEBRAE, 2015). Concluiu-se, que os cirurgiões-dentistas não estão utilizando as ferramentas de marketing de forma adequada, e que os mesmos, não possuem conhecimento sobre o assunto.

Já os estudantes de odontologia, concordam com a existência de dificuldades para se posicionar e manter-se no mercado odontológico atual, contudo, não reconhecem os fatores estruturais envolvidos, quando afirmam acreditar que apenas o aperfeiçoamento técnico-científico e o esforço pessoal garantirão sucesso na profissão. Além de negarem a realidade, quando a maioria deles projeta um trabalho autônomo e uma remuneração incompatível com a realidade nacional, quando são considerados os cinco primeiros anos de exercício profissional. De modo geral, os estudantes acreditam que o principal mecanismo concorrencial é o aperfeiçoamento técnico-científico (MATOS et al., 2011).



Este quadro de alheamento a realidade vigente entre os profissionais, advém também, da própria graduação, segundo Garbin et al. (2006), no Brasil a maioria das universidades eram, e muitas delas ainda são, alheias as reais necessidades da população. Há distância entre salas de aula, laboratórios e ambulatorios com realidade do país. Atualmente, de acordo com Saliba et al. (2012) a profissão vive uma crise de prestígio e na tentativa de negá-la, a academia enfatiza o ‘status’ já conseguido, pautando-o na competência técnica. Enquanto as temáticas administrativas e de mercado de trabalho, recebem pouco enfoque na graduação.

Sendo a Odontologia um serviço, ela possui características que representam desafios e requerem estratégias (KÜHNEN; RIBEIRO, 2011). Os profissionais devem encontrar maneiras de tornar tangível o intangível; aumentar a produtividade; melhorar e padronizar a qualidade do serviço fornecido; não deixando de adequar o fornecimento de serviços durante períodos de pico e de baixa à demanda do mercado (KOTLER; KELLER, 2006).

Para que o cirurgião-dentista conquiste o sucesso profissional frente a um mercado competitivo, não basta somente dominar o aspecto técnico-científico e aperfeiçoar o mesmo. Conhecimentos de administração, gerenciamento, e a utilização adequada das ferramentas de marketing tornam-se fundamentais (SERRA et al, 2005).

## 2.3 TIMBÓ;

No estado de Santa Catarina, no sul do Brasil, está a cidade de Timbó, componente da mesorregião do Vale do Itajaí, distante 111km em linha reta da capital do estado Florianópolis. Timbó é conhecida como a “Pérola do Vale”, por sua riqueza, beleza de paisagens urbanas e rurais e qualidade de vida (PREFEITURA MUNICIPAL, 2016).

Timbó foi fundada por Frederico Donner, imigrante alemão, em 12 de outubro de 1869, quando o mesmo, construiu sua moradia e a primeira casa comercial às margens do rio Benedito. Juntamente a fundação houve o estabelecimento das primeiras famílias alemãs na região. Nos anos seguintes houve a continuidade do influxo de imigrantes alemães sucedidos de italianos. Para as famílias pioneiras, coube adentrar a mata virgem, e através da abertura de clareiras na floresta, implantar inicialmente a agricultura de subsistência (PREFEITURA MUNICIPAL, 2016).

O começo foi complicado para os imigrantes, as condições de vida eram precárias, dadas as adversidades e os desafios que a mata e o isolamento impunham. Foi necessário construir tudo, casas, estradas, preparar os campos para a lavoura em meio a mata. As comunidades viviam bastante isoladas e para fomentar sua vida social, começaram a erguer as igrejas, as escolas, os clubes, salões de festa, além das casas comerciais que começaram ser edificadas no centro da colônia (PREFEITURA MUNICIPAL, 2016).

O tempo passou, mas a herança dos imigrantes ainda está presente na organização, na força do trabalho, na indústria, na limpeza das ruas, no cuidado com as casas e jardins. Como reflexo disto, Timbó é classificada pela ONU como a 10º melhor cidade do país para morar. Economicamente ocupa o 14º posto de arrecadação do estado de Santa Catarina. O índice de analfabetismo é de apenas 1,9%, sendo Timbó, em nível estadual, a 3º cidade em qualidade de ensino (PREFEITURA MUNICIPAL, 2016).

A economia que se baseava na agricultura, passou a se apoiar na indústria e em serviços. Atualmente as empresas adicionam ao PIB 545.124 mil reais, a área de serviços corresponde a 510.768 mil reais do PIB, o por final, o setor rural impulsionado por melhorias técnicas e financeiras, correspondendo a 9.756 mil reais no PIB. Os imigrantes transformaram o Vale do Itajaí na região de maior produção industrial do Estado e na segunda região de maior produção agrícola (IBGE, 2016). Apesar da cidade ter apego à tradição, isto não impediu a adaptação aos novos tempos, como salientado, observa-se o desenvolvimento tecnológico, com melhorias em todas as áreas, buscou-se o equilíbrio entre o fazer artesanal e

a manufatura mecanizada. Atualmente, Timbó atrai pessoas de todo o país em busca de um bom lugar para viver e trabalhar (PREFEITURA MUNICIPAL, 2016).

Por possuir fortes raízes na cultura europeia, localiza-se na região turística do Vale Europeu Catarinense. A cidade preserva ainda sua cultura e tradições, sua arquitetura típica, resgatando a história dos imigrantes através da música, da dança, da gastronomia, de museus e do artesanato, além da presença dos idiomas alemão e italiano no cotidiano de muitos timboenses. Dado o potencial turístico da região, em 1997, ocorreu a criação do Departamento de turismo, desde então o município vem desenvolvendo o setor, buscando subsídios junto aos órgãos federais e estaduais, parcerias com a iniciativa privada e programas de conscientização da comunidade (PREFEITURA MUNICIPAL, 2016).

Timbó possui uma área territorial de 161 km<sup>2</sup>, sendo 38,71 km<sup>2</sup> de área urbana, porém devido a representatividade do setor de serviços e da indústria a maior parcela da população reside na área urbana. A cidade em geral é muito tranquila e bastante arborizada. A violência é quase inexistente e o número de delitos é baixo (PREFEITURA MUNICIPAL, 2016). O Índice de Desenvolvimento Humano Municipal (IDHM), divulgado pela ONU em 2013, corresponde a 0,784, sendo uma união dos fatores de longevidade, renda e educação. Desta forma o município se enquadrava na categoria de “alto desenvolvimento humano”, ocupando a centésima posição no ranking nacional (IBGE, 2016).

### **3 OBJETIVOS**

#### **3.1 OBJETIVO GERAL:**

- Conhecer o mercado de trabalho odontológico na cidade de Timbó em Santa Catarina.

#### **3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:**

- Levantar as características demográficas, mercadológicas e económicas da cidade de Timbó.
- Descrever a relação cirurgião-dentista/habitante em comparação com a proporção tida como a ideal pela Organização Mundial de Saúde (1:1.500).
- Conhecer a distribuição de cirurgiões-dentistas quanto especialidade.

## 4 METODOLOGIA

O presente estudo transversal, caracterizou-se como uma pesquisa de caráter descritivo de campo, que objetivou determinar mercado de trabalho em odontologia no município de Timbó em Santa Catarina. No que tange os aspectos demográficos, mercadológicos e económicos do município, utilizou-se como fonte o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Para a avaliação das relações cirurgião-dentista/habitante e número de especialistas, obteve-se informações relativas aos cirurgiões-dentistas, no banco de dados do Conselho Federal de Odontologia (CFO) e o número de habitantes por meio do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), comparando-se o número profissionais com a proporção tida como a ideal (1:1500) pela Organização Mundial de Saúde (OMS). Após a coleta os dados foram analisados por intermédio de medidas estatísticas descritivas.

## **5 ARTIGO**

### **PESQUISA DE MERCADO DE TRABALHO ODONTOLÓGICO EM TIMBÓ – SANTA CATARINA**

**Odontology job market research in Timbó – Santa Catarina**

**Christopher Johann Voigt**

Acadêmico do Curso de Odontologia  
Universidade Federal de Santa Catarina  
e-mail: christopher.johann@hotmail.com

**Dayane Machado Ribeiro**

Doutora em Odontologia em Saúde Coletiva  
Mestre em Odontologia em Saúde Coletiva  
Especialista em Endodontia  
Cirurgiã-dentista  
Professora Adjunto III, Universidade Federal de Santa Catarina  
e-mail: dayanemribeiro@yahoo.com

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado à Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito para a conclusão do Curso de Graduação em Odontologia em 2016.

## PESQUISA DE MERCADO DE TRABALHO ODONTOLÓGICO EM TIMBÓ – SANTA CATARINA

Odontology job market research in Timbó – Santa Catarina

### RESUMO

**Objetivo:** Conhecer o mercado de trabalho odontológico na cidade de Timbó em Santa Catarina. Levantar as características demográficas, mercadológicas e econômicas. Descrever a relação cirurgião-dentista/habitante em comparação com a proporção tida como a ideal pela Organização Mundial de Saúde (1:1.500) e conhecer a distribuição de cirurgiões-dentistas quanto especialidade. **Materiais e métodos:** Foram coletados e analisados dados do Conselho Federal de Odontologia (CFO) e do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). **Resultados:** O município apresenta crescimento populacional, bons índices econômicos e mercadológicos. Uma menor proporção entre habitantes por cirurgião-dentista (1/549) que o recomendado pela Organização Mundial de Saúde. Concentrando mais especialistas nas áreas de ortodontia e implantodontia. **Conclusão:** Apesar da saturação do mercado odontológico, Timbó economicamente mostra-se um município favorável para empreendedores.

**Palavras chave:** Mercado de Trabalho. Odontologia. Timbó.

### ABSTRACT

**Objective:** Evaluate the odontology job market in the city of Timbó in Santa Catarina. Evaluate the demographic, economic and market characteristics. Describe the dentist / inhabitant ratio compared to the proportion considered the ideal by the World Health Organization (1:1.500) and know the distribution of dentists as specialty. **Materials and methods:** Data was collected from the Brazilian National Council of Odontology (CFO), Brazilian National Institute of Geography and Statistics (IBGE) and the Support Service for Micro and Small Enterprises (SEBRAE). **Results:** The city has population growth, good economic and market indices. A smaller proportion dentist / inhabitant (1/549) than recommended by the World Health Organization. Concentrating more specialists in orthodontics and implantology. **Conclusion:** Despite the saturation of the dental market, Timbó economically, is one favorable city for entrepreneurs.

**Keywords:** Job Market. Odontology. Timbó.

## INTRODUÇÃO

A odontologia no Brasil viu intensificar nas últimas décadas uma crise de mercado sem precedentes, impulsionada por um misto de fatores como: a proliferação de novos cursos, as próprias leis de oferta e procura do mercado, associada a desvalorização da profissão fora e dentro da própria classe (FEUERWERKER, 2003).

Ouve nos últimos 30 anos, um vultoso aumento no número de cursos superiores, chegando-se a 220 cursos (CFO, 2015). Em média estes cursos formam anualmente cerca de nove mil novos profissionais (CENSO DA EDUCAÇÃO SUPERIOR, 2008), totalizando um número de 269.526 cirurgiões-dentistas (CFO, 2015). Três quartos dos desses profissionais estão concentrados nas regiões Sul e Sudeste do país (MORITA, 2010).

O Brasil concentra aproximadamente 20% dos cirurgiões-dentistas do mundo, isto faz com que a proporção média da população por profissional esteja entre as menores do planeta, sendo 1 cirurgião-dentista para cada 838 habitantes, enquanto que a média mundial é de 1 cirurgião-dentista para 62.595 habitantes (MORITA, 2010).

O mercado para odontologia está saturado, competitivo e seletivo, e para o cirurgião-dentista conquistar sucesso profissional, já não basta dominar o aspecto técnico-científico. O profissional deve ser empreendedor e diligente, possuindo além de qualidades técnicas e científicas, competências administrativas (SORIA et al., 2002).

Segundo Serra et al. (2005), conhecimentos de administração e a utilização adequada das ferramentas de marketing tornam-se fundamentais para se alcançar o sucesso profissional. Reconhecer a importância e saber aplicar essas ferramentas constitui-se em um diferencial para se colocar ou manter no mercado.

Assim sendo, a pesquisa de mercado, torna-se uma ferramenta indispensável, uma vez que responde perguntas essenciais para o sucesso de qualquer empreendimento, quer seja a abertura de novos mercados, a criação de um novo serviço, a previsão de vendas de um produto ou a reação dos consumidores aos detalhes de qualquer utilidade. A pesquisa de mercado destina-se sobretudo ao empreendedor, ajudando-o a compreender, controlar e analisar corretamente os resultados de uma pesquisa, fornecendo diretrizes e soluções para os problemas econômicos envolvidos (Adler, 1971).

A pesquisa de mercado deve ser entendida como um meio para obter informações e consequentemente dar base a decisões de um empresa ou futura empresa. A mesma deve ser feita para verificar a validade e a viabilidade de uma hipótese ou responder questões-chave do



negócio (MATTAR, 1995). Segundo Aguiar (1998) Essas informações quando abordadas corretamente, oferecem dados consistentes, que somados à experiência e ao sentimento do empreendedor, tornam o processo decisório mais rico e preciso.

Para Kotler (1998) a pesquisa trata-se de um ponto inicial, sem ela uma empresa entra no mercado às cegas. Porém deve-se compreender que, a pesquisa de mercado sozinha não é suficiente para avaliar a viabilidade de um negócio, ela avalia a viabilidade de uma hipótese e oferece informações sobre o mercado, o instrumento completo de análise de viabilidade é o plano de negócios que necessariamente contém uma pesquisa.

Tendo-se em mente, que o campo de atuação para o cirurgião-dentista pode variar de acordo com as características locais. Malhotra (2001) afirma que, a pesquisa de mercado, quando realizada de forma objetiva, nos permite o reconhecimento de tendências econômicas abrangendo aspectos sociais e culturais sinalizando problemas ou oportunidades subjacentes, podendo influir decisivamente no sucesso de um empreendimento.

Além da intensificação na concorrência, o mercado se transforma rapidamente e é tarefa da pesquisa de mercado avaliar as necessidades, fornecer informações relevantes, precisas, confiáveis, válidas e atuais. Não se deve mais tomar decisões somente baseadas em instintos ou intuições, a ausência de informações corretas pode resultar em condutas equivocadas (ZAMBERLAN, 2008).

Existe uma preocupação por parte dos acadêmicos e recém formados, quanto ao mercado de trabalho: escolha da especialização, local para a instalação do consultório, no entanto as informações para os interessados sobre o assunto, são geralmente escassas ou até inexistentes, havendo assim uma necessidade de estudos mais aprofundados sobre o tema (LARA; PEREIRA, 1998).

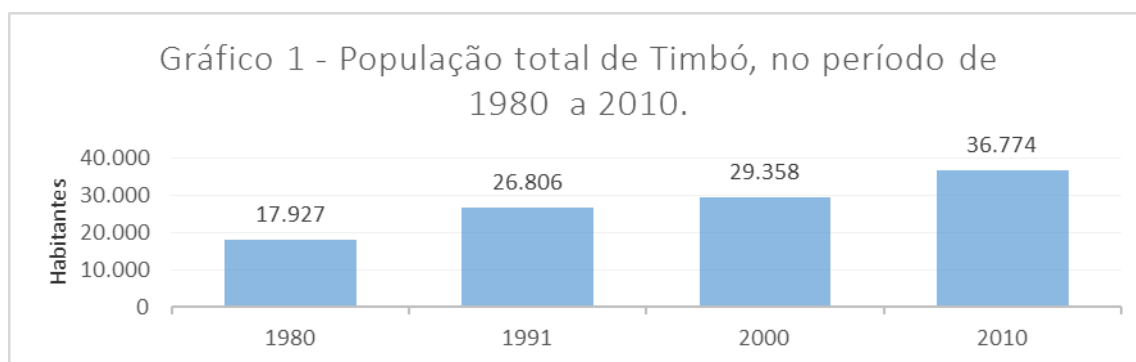
Nesse sentido, o presente trabalho objetiva levantar a realidade do mercado de trabalho odontológico na cidade de Timbó em Santa Catarina, considerando os aspectos demográficos, mercadológicos e econômicos municipais, além de avaliar o perfil dos profissionais. As informações levantadas e articuladas, sintetizam várias bases de dados. Sendo extraídas de fontes fidedignas e de acesso público junto aos órgãos especializados.

## **METODOLOGIA**

O presente estudo transversal, caracterizou-se como uma pesquisa de caráter descritivo de campo, que objetivou determinar mercado de trabalho em odontologia no município de Timbó em Santa Catarina. No que tange os aspectos demográficos, mercadológicos e económicos do município, utilizou-se como fonte o Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE). Para a avaliação das relações cirurgião-dentista/habitante e número de especialistas, obteve-se informações relativas aos cirurgiões-dentistas, no banco de dados do Conselho Federal de Odontologia (CFO) e o número de habitantes por meio do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), comparando-se o número profissionais com a proporção tida como a ideal (1:1500) pela Organização Mundial de Saúde (OMS). Após a coleta os dados foram analisados por intermédio de medidas estatísticas descritivas.

## RESULTADOS E DISCUSSÃO

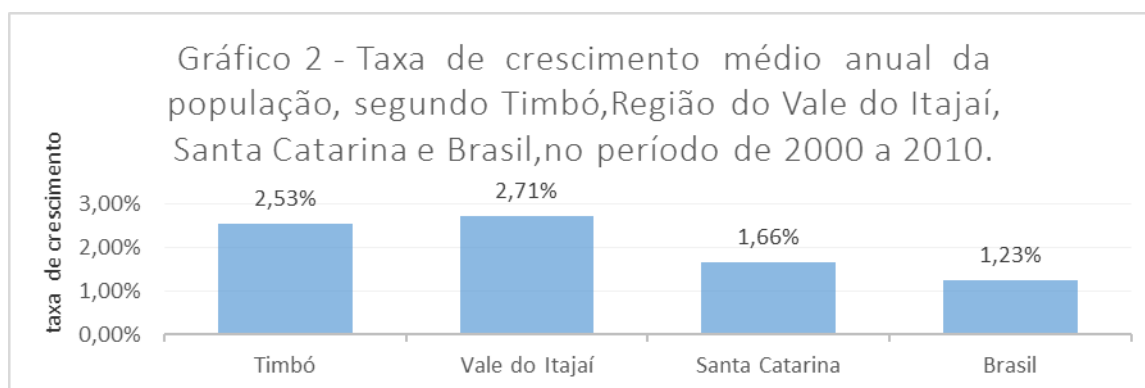
De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), a população de Timbó apresentou entre o ano de 2000 e 2010, um crescimento de 25,26%. Tendo em vista que o Censo Demográfico é previsto para ser realizado a cada 10 anos, os mais recentes foram realizados em 1980, 1991, 2000 e 2010. O gráfico a seguir demonstra a evolução populacional do município nos últimos Censos.



Fonte: IBGE, Diretoria de Estatística, Geografia e Cartografia, 2010.

Nota: Censos Demográficos 1980, 1991, 2000 e 2010.

O comparativo dos dados dos Censos Demográficos do IBGE demonstrou que Timbó apresentou, entre 2000 e 2010, uma taxa média de crescimento populacional da ordem de 2,53% ao ano, ficando com uma taxa de crescimento populacional superior a estadual e nacional, conforme gráfico a seguir.



Fonte: Resultados elaborados pelo SEBRAE/SC com base em dados do IBGE - apoiados nos Censos Demográficos, 2000 e 2010.

A distribuição populacional por gênero, segundo dados do IBGE extraídos do Censo Populacional 2010, apontou que no município, os homens representavam 49,61% da população e as mulheres 50,39%. Quanto a localização dos domicílios observa-se uma clara polarização urbana, sendo que no ano de 2010, a população urbana correspondia a 93,3%, ao passo que a população rural representava 6,7% do total. A tabela apresenta a evolução dos dados populacionais do município, segundo gênero e localização do domicílio.

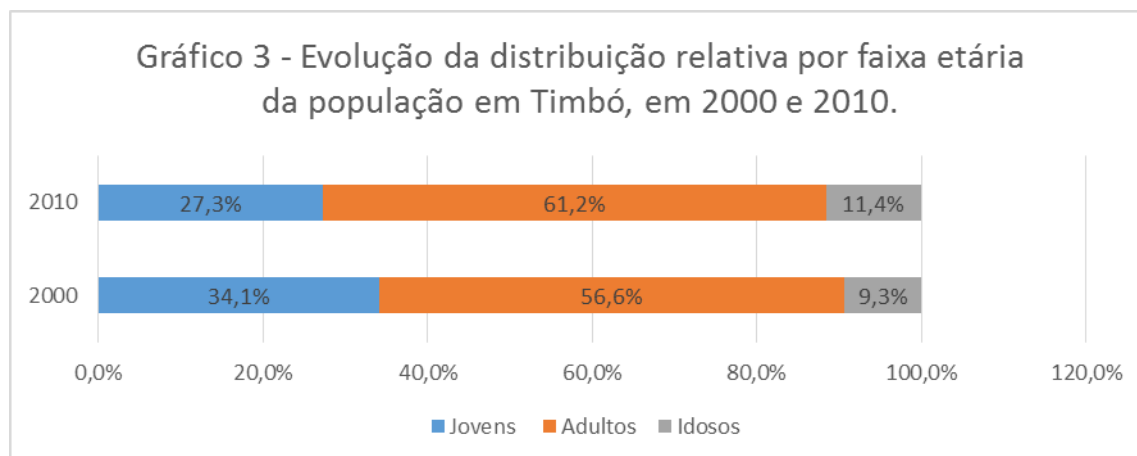
**Tabela 1 - Participação relativa da população residente por localização do domicílio e gênero, em Timbó, no período 1980 a 2010.**

Ano	Gênero		Localidade	
	Homens	Mulheres	Urbana	Rural
<b>1980</b>	9.077	8.850	14.462	3.465
<b>1991</b>	11.943	11.863	19.155	4.651
<b>2000</b>	14.591	14.767	26.783	2.575
<b>2010</b>	18.244	18.530	34.296	2.478

Fonte: IBGE, Diretoria de Estatística, Geografia e Cartografia, 2010.

Nota: Censos Demográficos 1980, 1991, 2000 e 2010.

Para apresentar estrutura etária da população, optou-se por dividi-la em três faixas: os jovens que compreendem do nascimento até 19 anos; os adultos dos 20 anos até 59 anos; e os idosos dos 60 anos em diante.



Fonte: Resultados elaborados pelo SEBRAE/SC com base em dados do IBGE, 2000 e 2010.

Observa-se no gráfico, que entre 2000 e 2010, a maior variação é atribuída a redução de jovens, fato que está atrelado a baixa taxa bruta de natalidade, correspondendo em 2010 a 11,4 nascimentos por mil habitantes. Esta taxa foi 17,6% menor que em Santa Catarina e 28,0% menor que no Brasil (SEBRAE, 2013). A taxa bruta de natalidade é baixa e sozinha não representa o crescimento absoluto da população, que em dez anos foi de 25,26%, ele é resultante em parte, por um saldo migratório positivo (IBGE, 2010).

Ouve aumento do número de adultos, consequentemente da parcela economicamente ativa mais representativa, indivíduos que em tese estariam legalmente aptos ao trabalho. No decorrer dos 10 anos entre os censos do IBGE de 2000 e 2010 ocorreu uma evolução positiva de 6,5% no percentual da população economicamente ativa, passando de 55,0% no ano 2000, para 61,5% em 2010 (SEBRAE, 2013).

O aumento no número de idosos relaciona-se ao aumento da expectativa de vida e envelhecimento da população, fato observado não apenas no município mas também no país como um todo (SEBRAE, 2013).

Sob o ponto de vista econômico e mercadológico, alguns aspectos levantados visam delinear, de uma forma geral as características do município, tais como: o número de domicílios urbanos por classe econômica, potencial de consumo dessas classes, consumo per capita anual, evolução do rendimento familiar médio e quais os principais setores da economia.

Com o objetivo de identificar o perfil dos domicílios urbanos (93,3% do total de domicílios) no município sob o aspecto de rendimento financeiro, os mesmos foram divididos por classe econômica. De acordo com a tabela Timbó possuía em 2011, o maior número de domicílios urbanos com rendimentos na classe B2, sendo o menor número na classe E. Timbó quando comparado com Santa Catarina apresenta maior concentração de domicílios urbanos em faixas de rendimento mais elevadas.

**Tabela 2 - Número de domicílios urbanos por classe econômica em Timbó e Santa Catarina, em 2011.**

<b>Classes</b>	<b>Timbó</b>		<b>Santa Catarina</b>	
<b>A1</b>	75	0,68%	9.510	0,6%
<b>A2</b>	512	4,63%	68.502	4,0%
<b>B1</b>	1.642	14,86%	199.282	11,7%
<b>B2</b>	3.063	27,72%	414.320	24,3%
<b>C1</b>	2.787	25,22%	464.039	27,2%
<b>C2</b>	1.754	15,87%	326.751	19,1%
<b>D</b>	1.151	10,42%	214.236	12,6%
<b>E</b>	65	0,59%	9.696	0,6%
<b>Total</b>	11.049	100%	1.706.336	100%

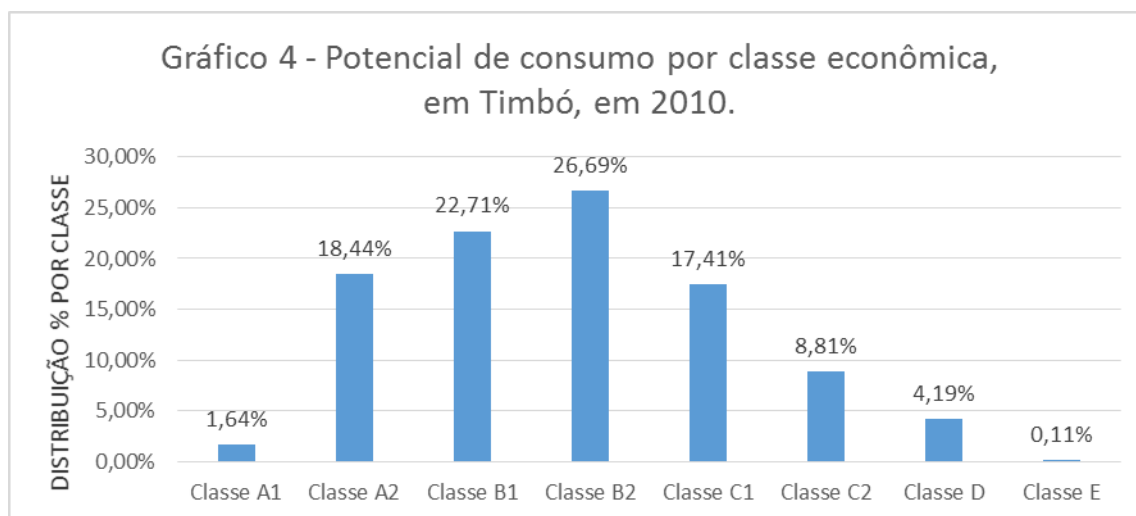
\* Renda Familiar Média por Classe econômica: A1 - R\$ 14.250, A2 - R\$ 7.557, B1 - R\$ 3.944, B2 - R\$ 2.256, C1 - R\$ 1.318, C2 - R\$ 861, D - R\$ 549 e E - R\$ 329.

Fonte: Resultados elaborados pelo SEBRAE/SC com base em dados do IPC-MAPS, 2011.

De acordo com Kotler (2000), quando segmenta-se o mercado como através do poder de compra, as empresas podem dividir mercados grandes e heterogêneos em segmentos menores, que podem ser atingidos de maneira mais eficiente e efetiva com produtos e serviços que atendam suas necessidades singulares. A empresa especializada e preparada para as necessidades de um segmento específico também está mais armada para enfrentar concorrentes. Segundo o CFO (2016), as parcelas da população menos favorecidas abrem as

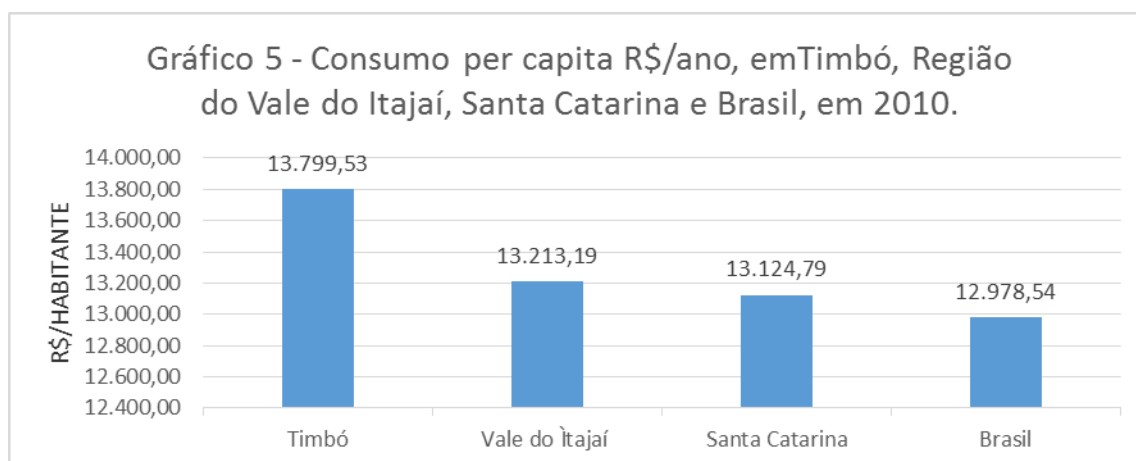
portas de mercado para dentistas, pois as mesmas são normalmente desassistidas pelo atendimento odontológico, contudo este nicho de mercado não é representativo em Timbó. Há sim destaque para as parcelas da população de média renda. Ainda segundo Kotler (2000) um nicho de mercado com representatividade numérica e poder de compra torna-se atrativo e aumenta a possibilidade de lucro.

Corroborando com os dados acima, quando se analisa o potencial de consumo destaca-se novamente as classes médias como um nicho de mercado promissor, com destaque para a Classe B2, com 26,69%, conforme descrito no gráfico a seguir.



Fonte: Resultados elaborados pelo SEBRAE/SC com base em dados do IPC-MAPS, 2010.

Em 2010, o consumo per capita anual, foi de R\$ 13.799,53 posicionando Timbó 5,1% acima do consumo per capita do estado de Santa Catarina e 6,3% acima do desempenho de consumo per capita do Brasil.



Fonte: Resultados elaborados pelo SEBRAE/SC com base em dados do IPC-MAPS, 2010.

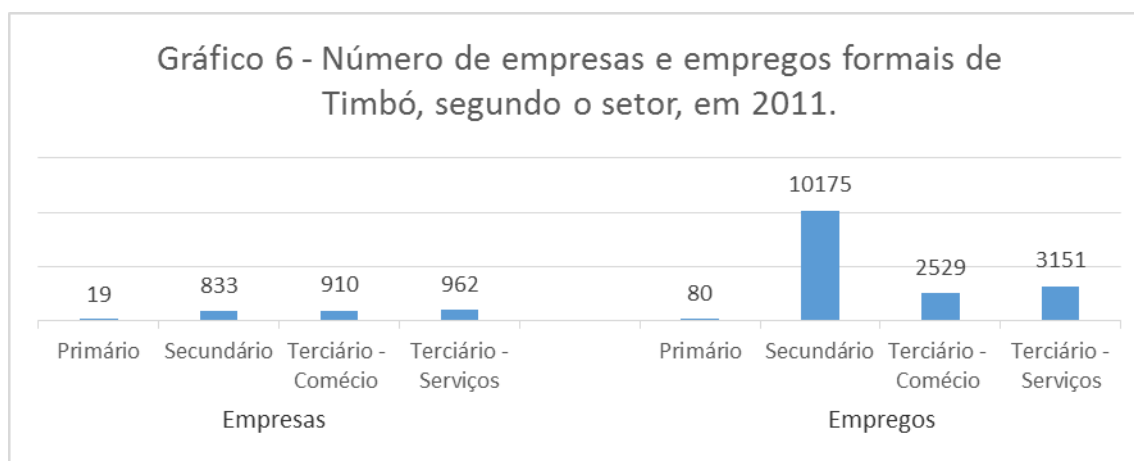
Salienta-se agora a evolução do rendimento familiar médio em Timbó, na Região do Vale do Itajaí e Santa Catarina, além do respectivo posicionamento do município no âmbito estadual, entre 2000 e 2010. Observa-se uma evolução municipal superior a região e ao estado.

**Tabela 3 - Rendimento Familiar Médio em Timbó, na Região do Vale do Itajaí e posição do Município no Estado, em 2000 e 2010**

Período	Timbó	Vale do Itajaí	Santa Catarina	Posição do Município no Estado
<b>2000</b>	1.300,8	1.289,6	1.205,9	25 <sup>a</sup>
<b>2010</b>	3.799,1	3.195,6	2.400,7	7 <sup>a</sup>
<b>Evolução 2000/2010</b>	192%	148%	99%	Melhorou 18 Posições

Fonte: Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), 2010.

No que se refere ao recorte setorial em 2011, o setor terciário (serviços) era o mais representativo em número de empresas, mas o setor secundário (indústria) gerou mais empregos. A representação da configuração setorial do município é detalhada no gráfico a seguir. Assim pode-se relacionar a alta parcela de população urbana (93,3%), a forte atuação dos setores secundário e terciário.



Fonte: Resultados elaborados pelo SEBRAE/SC com base em dados do MTE - apoiados na Relação Anual de Informações Sociais, 2011.

Deve-se levar em conta que o campo de atuação do cirurgião dentista pode ser amplo. Malheiros (2015) destaca quatro núcleos principais de atuação: o serviço público; o atendimento clínico no setor privado; ensino e pesquisa; e empresas. Muitos profissionais são

contratados para trabalhar na indústria, além dos benefícios e direitos trabalhistas, algumas empresas oferecem bonificação por metas e plano de carreira. O profissional pode também trabalhar como consultor científico, podendo inclusive atuar concomitantemente em um consultório privado.

Pode-se aferir, que os indicadores económicos e mercadológicos do município são positivos, corroborando para a constatação de um mercado que dispõe de oportunidades a serem exploradas. Pois além de uma economia saudável, há dinamismo nos setores da economia.

Quando se fala especificamente do mercado em Odontologia, o Conselho Federal de Odontologia (CFO, 2016) aponta que Timbó possui 67 profissionais no total. De acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2010) a população total do município no último Censo Demográfico era 36.774 habitantes. Levando-se em consideração o parâmetro ideal recomendado pela Organização Mundial da Saúde (2016), considera-se adequado o número de 1 cirurgião-dentista para cada 1.500 pessoas. Em timbó a proporção é de aproximadamente 1 cirurgião-dentista para cada 549 habitantes. Conclui-se que o número ideal de profissionais para o município seria de 24, com um excedente de 43 profissionais. Constata-se a saturação de mercado.

A saturação não restringe-se ao município, Morita (2010) mostra-nos que esta é uma realidade nacional, sendo que o Brasil concentra 19% dos dentista do mundo, fazendo com que proporção seja 1 cirurgião-dentista para cada 838 habitantes, enquanto a proporção mundial é de 1 para 62.595. A região Sul possui similaridade de saturação nos três estados, sendo em Santa Catarina uma proporção de 1 cirurgião-dentista para cada 756 habitantes, no Paraná 752 e Rio Grande do Sul 806. Em Santa Catarina o município com maior saturação é Joaçaba com 1 cirurgião-dentista para cada 224 habitantes, valor esse não muito distante da capital Florianópolis com 237.

Paranhos et al. (2009) através de um estudo mercadológico da região Sul do Brasil, constata igualmente que os três estados apresentam índices cirurgião-dentista/habitante maiores que o recomendado. Concentrando-se na região na região Sul 15,76% do total de profissionais do país.

Quanto ao número de especialistas, o banco de dados do Conselho Federal de Odontologia (CFO, 2016) totaliza no município 37 profissionais especializados. Conforme a tabela observa-se que as especialidades com maior presença no município, são ortodontia e implantodontia, sendo as demais menos ou pouco exploradas. Do total de 67 profissionais, 55% possui especialização.



**Tabela 4 – Distribuição de cirurgiões-dentistas por especialidade**

<b>Número</b>	<b>Especialidade</b>
1	Cirurgia e traumatologia buco maxilofacial
1	Dentística restauradora
2	Disfunção temporomandibular e dor orofacial
4	Endodontia
5	Implantodontia
3	Odontopediatria
7	Ortodontia
4	Ortodontia e ortopedia facial
1	Ortopedia funcional dos maxilares
3	Periodontia
3	Prótese dentária
1	Radiologia
1	Radiologia odontológica e imaginologia
1	Saúde coletiva e da família

Fonte: Conselho Federal de Odontologia 2016.

Comparando-se, a nível Brasil verifica-se a proporção de 25% de profissionais especializados, sendo mais elevada que de países como Estados Unidos (21%), Canadá (11%), Reino Unido (11%), Alemanha (7%) e França (4%). Enquanto a região Sul possuía 30,52% de seus profissionais com especialidade (MORITA, 2010). Assim em Timbó observa-se uma alta porcentagem de especialistas (55%). Contudo, em Timbó algumas especialidades mostram-se sub exploradas como no caso de Dentística dado o aumento da exigência estética e também o maior poder aquisitivo no município, podendo-se arcar com tais custos. Odontogeriatrics também é sub explorada tendo em vista o envelhecimento da população e aumento do número de idosos.

A Estratégia Saúde da Família pode ser adotada como uma alternativa e tem mobilizado a contratação de um grande contingente de profissionais de saúde no Brasil, configura-se uma nova oportunidade em expansão no mercado de trabalho (MORITA, 2010). Contudo, em Timbó de acordo com a Secretaria Municipal de Saúde, em 2016 eram 10 cirurgiões dentistas atuantes na Estratégia de Saúde da Família, em dez Equipes de Saúde Bucal. Além de 1 especialista em radiologia, 1 em cirurgia e traumatologia buco maxilofacial e 1 em endodontia, também prestado serviços na esfera pública. O Ministério da Saúde utiliza a estimativa populacional de 4.000 habitantes por Equipe de Saúde da Família para calcular a cobertura adequada. Assim conclui-se que Timbó já possui uma cobertura adequada dos serviços públicos odontológicos.

Como já descrito, vários trabalhos mostram imparidade vivida pela odontologia, dada a crise de mercado que a mesma enfrenta, em função do grande número de profissionais presentes no mercado, realidade também constatada em Timbó, que não difere muito do país e

do estado. Apesar disto, Timbó economicamente mostra-se um município favorável para empreendedores uma vez que apresenta uma economia dinâmica e com ótimos indicadores, com destaque para aqueles atrelados a renda. Vale ressaltar que as parcelas de rendimento mediano destacam-se como um nicho mercado em potencial. Observou-se também, que de acordo com os últimos dois censos realizados pelo IBGE, o rendimento Familiar Médio praticamente triplicou. A população apresenta crescimento, tem a característica de ser predominantemente urbana, sendo empregada em especial pelos setores de indústria e comércio. A indústria pode representar um meio de inserção no mercado para o cirurgião-dentista, bem como o setor público, que oferece uma cobertura adequada no município. No município os especialistas já se encontram em grande número, podendo especialidades como Dentística e Odontogeriatrics serem demandas ainda não exploradas. Cabe ao profissional, que deseja se inserir ou manter-se no mercado, reconhecer situações e transforma-las em oportunidades.

## CONCLUSÃO

Com base nos resultados desse estudo pode-se concluir que:

- O município apresenta crescimento populacional, ótimos índices económicos e mercadológicos. Fazendo com que Timbó seja um município favorável para empreendedores.
- Possui uma menor proporção entre habitantes e cirurgião-dentista (1/549) que o recomendado pela Organização Mundial de Saúde (1:1500).
- Concentra mais especialistas nas áreas de ortodontia e implantodontia.

## 6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ADLER, Max. A Moderna Pesquisa de Mercado. São Paulo. Editora Pioneira, 1971.
2. AGUIAR, Marco Antônio Souza. Manual básico de pesquisa de mercado. São Paulo: Edição Sebrae, 1998.
3. BRASIL. Ministério da Educação. Censo da Educação Superior, 2008. [Acesso em 2015 Out 2015]. Disponível em [www.inep.gov/superior/censosuperior](http://www.inep.gov/superior/censosuperior).
4. BRASIL. Ministério da Educação. Conselho Nacional de Educação. Câmara de Educação Superior. Diretrizes Curriculares Nacionais para o Curso de Graduação em Odontologia. Diário Oficial da União, Brasília, DF, 4 mar. 2002. Seção 1, p. 10.
5. BRASIL. Ministério da Saúde. Portaria nº 2.488 de 21 de outubro de 2011.
6. CAPRA F. Ponto de mutação. A ciência, a sociedade e a cultura emergente. 28a ed. São Paulo: Culturix; 1982.
7. CONSELHO FEDERAL DE ODONTOLOGIA. Dados Estatísticos, 2015. [Acesso em 2015 Out 2015]. Disponível em [cfo.org.br/dados-estatisticos](http://cfo.org.br/dados-estatisticos).
8. FERREIRA, N. P.; FERREIRA, A. P.; FREIRE, M. C. M. Mercado de trabalho na odontologia: contextualização e perspectivas. Rev. odontol. UNESP. 2013, vol.42, n.4, pp. 304-309.
9. FEUERWERKER LCM. Educação dos profissionais de Saúde hoje – problemas, desafios, perspectivas e as propostas do Ministério da Saúde. Rev ABENO. 2003.
10. GARBIN CAS, Saliba NA, Moimaz SAS, Santos KT. O papel das universidades na formação de profissionais de saúde. Rev Abeno 2006; 6:6-10.
11. IBGE. Censo Demográfico 2010. [Acesso em 2016 JUN 2016] Disponível em: [www.censo2010.ibge.gov.br](http://www.censo2010.ibge.gov.br).
12. KOTLER, P. Administração de Marketing. 10ª Edição. São Paulo. PRENTICE Hall. 2000.
13. KOTLER, P. Administração de marketing: análise, planejamento, implementação e controle. 5ª ed, São Paulo, Atlas 1998.
14. KOTLER, Philip; KELLER, Kevin. Administração de Marketing. 12a ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall; 2006.

15. KÜHNEN, C. H.; Ribeiro, D. M. A utilização das ferramentas de marketing pelos cirurgiões-dentistas. *Revista ABO Nacional*, v. XX, p. 363-368, 2012.
16. LARA JCAG, Pereira Filho JB. Mercado de trabalho em Porto Alegre: distribuição geográfica dos consultórios dentários. *Rev Odonto Ciênc* 1998; 13(26):177-88.
17. LIMA AFA, Maciel RHMO. Condições de trabalho do cirurgião-dentista na assistência aos pacientes em consultórios particulares e de convênio. *Rev ABO* [online]. 2007.
18. MALHEIROS, Z. M. Mercado de trabalho para dentistas no Brasil. Assunto em Pauta, edição 16, fev, 2015.
19. MALHOTRA, N. K. *Pesquisa de Marketing: uma orientação aplicada*. 3. ed. Porto Alegre: Bookman, 2001.
20. MATTAR, F. N. *Pesquisa de marketing*, 3.ed. São Paulo: Atlas, 1995.
21. MATOS, Mariangela S.; TENÓRIO, Robinson M. Expectativas dos estudantes de odontologia sobre o campo de trabalho odontológico e o exercício profissional. *Revista Brasileira de Pesquisa em Saúde, Vitória*, v. 13, n. 4, p. 10-21, 2011.
22. MENEZES, JD. *Instituição do Ensino odontológico no brasil: a verdade definitiva*. Fortaleza: Expressão gráfica; 2001.
23. MORITA, Maria Celeste. *Perfil atual e tendências do cirurgião-dentista brasileiro* / Maria Celeste Morita, Ana Estela Haddad, Maria Ercília de Araújo - Maringá: Dental Press, 2010
24. PARANHOS LR, Ricci ID, Scanavini MA, Bérzin F, Ramos AL. Análise do mercado de trabalho odontológico na região Sul do Brasil. *RFO*. 2009.
25. BRASIL. Plataforma de Indicadores do Governo Federal [Acesso em 2015 DEZ 2015]. Disponível em [pgi.gov.br/pgi/indicador/pesquisar](http://pgi.gov.br/pgi/indicador/pesquisar).
26. BRASIL. Prefeitura Municipal de Timbó [Acesso em 2016 JUN 2016]. Disponível em [www.timbo.sc.gov.br](http://www.timbo.sc.gov.br).
27. SALIBA NA, Moimaz SAS, Prado RL, Garbin CAS. Percepção do cirurgião-dentista sobre formação profissional e dificuldades de inserção no mercado de trabalho. *Rev Odontol Unesp*. 2012; 41(5):297-304.
28. SEBRAE [Acesso em 2015 Nov 2015]. Disponível em [www.sebrae.com.br](http://www.sebrae.com.br).
29. SERRA, Mônica da Costa; GARCIA, Patrícia Sasso; DOTTA, Edivani Aparecida. *Ferramentas de Marketing Empregadas Por Cirurgiões Dentistas*. RGO. 2005.

30. SÓRIA ML, Bordin R, Costa Filho LC. Remuneração dos serviços de saúde bucal. *Cad Saúde Pública* 2002;18(6):1551-1559.
31. ZAMBERLAN, Luciano. Pesquisa de Mercado. Ijuí. Ed. Unijuí, 2008.
32. ZANETTI CHG. As marcas do mal-estar social no Sistema Nacional de Saúde: o caso das políticas de saúde bucal, no Brasil dos anos 80. Rio de Janeiro: Escola Nacional de Saúde Pública da FIOCRUZ; 1993.
33. ZANETTI CHG, Lima MAU. Em busca de um paradigma de programação local em saúde bucal mais resolutivo no SUS. *Divulg Saúde Debate*. 1996; 13(1):18-35.